



Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña

TERCER CUATRIMESTRE DE 2016
Número 6. Enero de 2017

Sumario

<i>Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya</i> (1)	3
<i>Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya</i> (2)	4
<i>Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya</i> (y 3)	5
Mapa de medios audiovisuales de Cataluña (1)	6
Mapa de medios audiovisuales de Cataluña (y 2)	7
Penetración de los medios de comunicación en Cataluña	8



Televisión

Distribución de canales de televisión en Cataluña	10
La televisión de ámbito nacional	11
La televisión de ámbito estatal	12
La televisión de ámbito local	13
La televisión local pública	14
La televisión local privada (1)	15
La televisión local privada (y 2)	16
Audiencia de la televisión (1)	17
Audiencia de la televisión (2)	18
Audiencia de la televisión (y 3)	19
Audiencia de la televisión: los programas más vistos	20
Audiencia de la televisión temática de pago	21
Lengua de la televisión	22



Radio

Distribución de frecuencias de radio en Cataluña	24
La radio pública	25
La radio privada	26
Audiencia de la radio (1)	27
Audiencia de la radio (2)	28
Audiencia de la radio (3)	29



Audiencia de la radio (y 4)	30
Audiencia de la radio por franjas	31
Lengua de la radio	32

Internet	33
Penetración de Internet en Cataluña	34
Consumo de contenidos audiovisuales en Internet (1)	35
Consumo de contenidos audiovisuales en Internet (y 2)	36



El apunte	
La producción de ficción audiovisual	37
Coste de las series de ficción	38
Ayudas al audiovisual de Cataluña (1)	39
Ayudas al audiovisual de Cataluña (y 2)	40



Flashes	41
----------------	-----------



Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya (1)



El 23 de enero de 2017, el CAC entregó al Parlamento de Cataluña el **Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya**.

Por encargo del Parlamento, el libro ha sido redactado con la colaboración del Gobierno y del sector.

El documento:

- Hace un diagnóstico del sistema audiovisual catalán.
- Propone un plan estratégico de **53 actuaciones**, de las que 22 tienen carácter estructurante. Para dichas actuaciones, se concretan **135 acciones o recomendaciones**.

Puede acceder a la [versión íntegra](#) del *Llibre blanc* y también al [resumen gráfico](#).

Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya (2)



Aportación pública a la CCMA

Se constata:

- Descenso de la aportación pública a la CCMA de 334 M€ en 2010 a 234 M€ en 2015.
- La aportación pública a radiotelevisión pública de los estados y territorios de 5 a 10 M de habitantes es de 50 €/año. En Cataluña es de 31,6 €/año.

Se propone:

- Incrementar en 137 M€ la aportación pública a la CCMA progresivamente en los próximos 4 años.
- Reorganizar la estructura de la CCMA para optimizar los recursos de que dispone.



Producción de ficción y servicios bajo demanda

Se propone:

- Aumentar los recursos destinados a la promoción de ficción de calidad –especialmente series– y a potenciar los nuevos servicios de distribución.
- Impulsar la creación de una plataforma de contenidos bajo demanda de producción catalana.
- Mejorar el régimen fiscal, en especial en el impuesto de sociedades y el IVA.



Radio

Se constata:

- La existencia de 127 emisoras que emiten sin licencia.

Se propone:

- Crear una mesa con todos los agentes implicados.
- Dotarse de herramientas legislativas para suspender de forma cautelar e inmediata dichas emisoras.



Lengua

Se constata:

- La audiencia conjunta de televisión en catalán se ha reducido en los últimos años, hasta el 18,5% en 2016.
- En los niños (4 a 12 años) este descenso ha sido más acusado: 10,3% en 2016.

Se propone:

- Incentivar los contenidos en catalán en todas las televisiones, incluidas las estatales.
- Reforzar los contenidos y los canales dirigidos a los públicos infantil, juvenil y de adultos jóvenes.



Espectro radioeléctrico

Se constata:

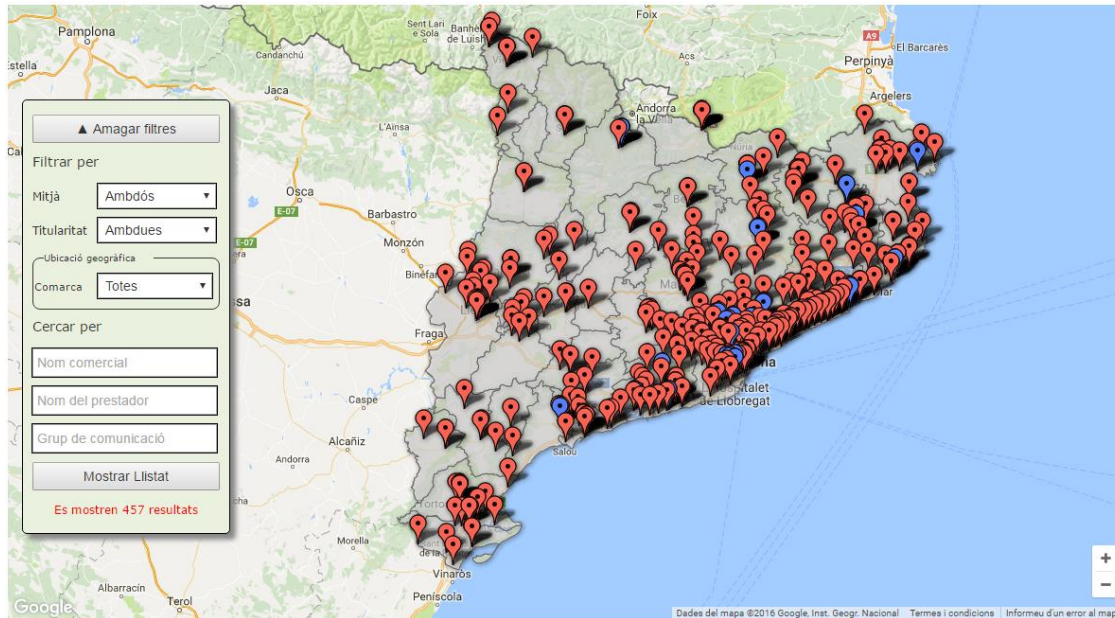
- Cataluña no tiene capacidad de incidir en la planificación del dominio público radioeléctrico.

Se propone:

- Dotar a Cataluña de más competencias en telecomunicaciones, en especial en cuanto a la gestión y planificación del espectro.
- Avanzar hacia una autoridad catalana de comunicaciones, a partir de la transformación del CAC, que regule el audiovisual, las comunicaciones electrónicas y las telecomunicaciones.

Mapa de medios audiovisuales de Cataluña (1)

Mapa de las radios y televisiones en Cataluña



<http://mapamitjansaudiovisuals.cac.cat/>

Desde finales de octubre, el CAC pone al alcance del público un [mapa en línea](http://mapamitjansaudiovisuals.cac.cat/) de los medios audiovisuales de Cataluña. El nuevo sistema permite buscar medios tanto por el nombre comercial, como por el nombre de la empresa prestadora del servicio, así como por el grupo mediático. También, desde un punto de vista geográfico, permite segmentar los medios según las divisiones comarcales o bien, en el caso de la televisión, de las 21 demarcaciones de TDT local en que se dividió Cataluña.

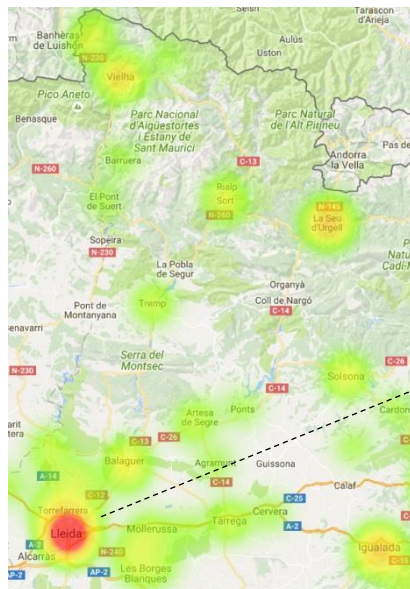
El mapa incluye los medios públicos y privados que están bajo la competencia del CAC, disponen de título habilitante y usan el espectro radioeléctrico: radios en FM –incluidas las que pertenecen a cadenas de ámbito estatal– y televisiones de ámbito nacional y local.

Mapa de medios audiovisuales de Cataluña (y 2)

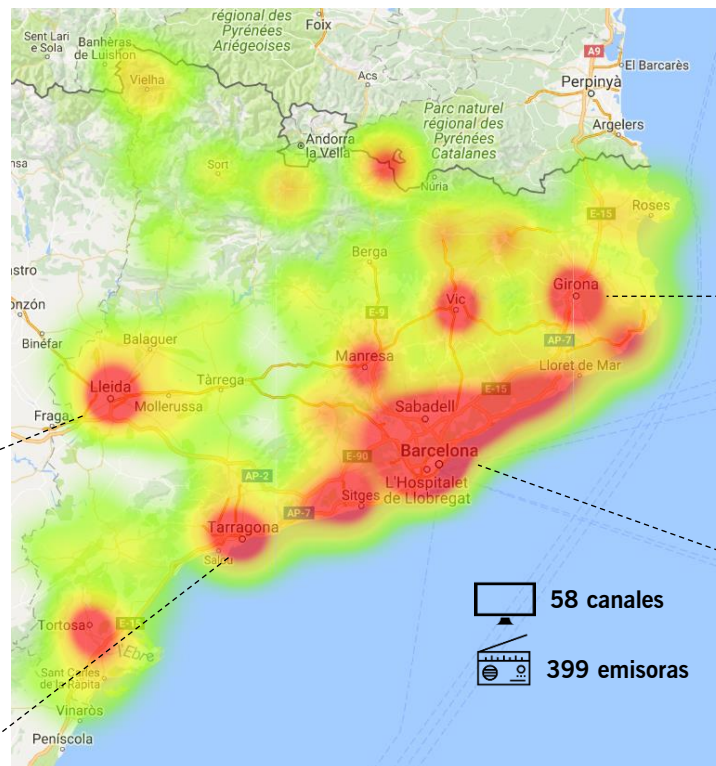
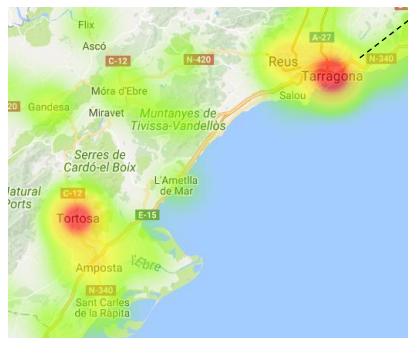
Distribución territorial de las radios y televisiones en Cataluña A

Nivel de concentración
Más medios  Menos medios

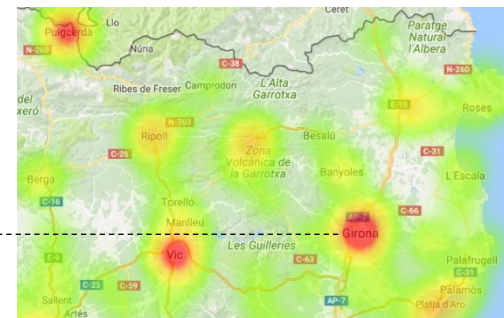
Provincia de Lleida



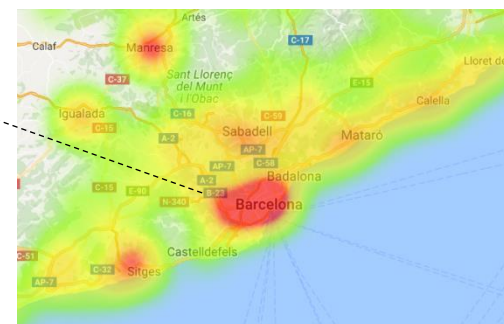
Provincia de Tarragona



Provincia de Girona



Provincia de Barcelona



 58 canales
 399 emisoras

La distribución de los medios audiovisuales por el territorio es irregular: la mayoría se concentra en torno a la capital (Barcelona) y su área de influencia, y las capitales de provincia (Girona, Lleida y Tarragona), lugares destacados por la alta densidad de población.

A Estas imágenes incluyen las emisoras de radio y canales de televisión que disponen de título habilitante y que usan espectro radioeléctrico para emitir. No incluyen los canales televisivos de ámbito estatal.
Fuente: [Mapa de medios audiovisuales](#) del Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Penetración de los medios de comunicación en Cataluña

Penetración de medios audiovisuales en Cataluña

(en % sobre el total de la población)



EDAD	TELEVISIÓN	RADIO	INTERNET	CINE
Total población	84,0	58,7	77,3	4,6
De 14 a 19 años	81,9	55,1	92,9	4,6
De 20 a 24 años	77,2	53,6	95,0	5,9
De 25 a 34 años	78,3	59,9	94,5	6,3
De 35 a 44 años	78,2	65,0	91,8	3,9
De 45 a 54 años	85,9	65,1	86,1	4,7
De 55 a 64 años	87,9	59,9	75,1	5,4
Más de 65	91,3	48,5	38,3	3,4



La media diaria de consumo audiovisual de los ciudadanos que viven en Cataluña durante el 2016 fue la siguiente:

Radio: 101'
Televisión: 227'
Internet: 160'

Fuente: Kantar Media y EGM Catalunya

Notas: la penetración indica el porcentaje que la audiencia de cada medio representa en relación con el total de la población.

Los datos relativos a Internet hacen referencia a la conexión, indistintamente del uso que se haga de ella.

Periodos: radio (lunes-domingo); televisión e internet (audiencia del día anterior a la entrevista); cine (última semana).

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2016.



Distribución de canales de televisión en Cataluña



Canal TV

TV privada

TV pública

90 canales de televisión en abierto

La oferta de la televisión privada es mayoritaria (un 74%) respecto a la pública (un 26%). El hogar catalán recibe entre 41 y 44 canales (según la demarcación)

Oferta TV por ámbito territorial

TV nacional 8 canales

5 públicos



3 privados



TV estatal 32 canales

7 públicos



25 privados

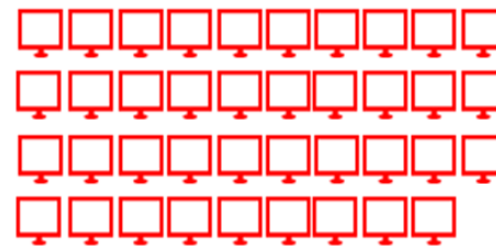


TV local 50 canales

11 públicos



39 privados



Nota: en el BIAC se denomina *canales* (término usual) a los *programas* (término técnico y administrativo) de TDT que emiten por cada múltiplex (MUX).
Fuente: CAC (canales TDT nacional y local) y Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital (canales TDT estatal). Enero de 2017

La televisión de ámbito nacional

 TV pública
  TV privada
  TV pública que emite por un MUX privado
  Lengua vehicular

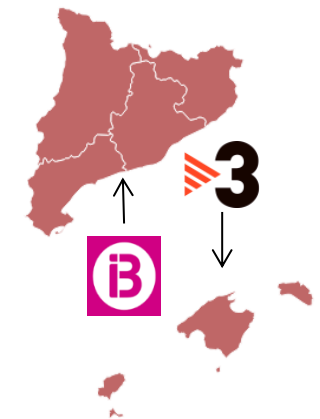
Por titularidad y oferta (en número y % de canales de TDT)

 Catalán



+ Reciprocidad de emisiones

El canal balear IB3 Global se ve en Cataluña desde abril de 2016.



Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Enero de 2017

La televisión de ámbito estatal

 TV pública
  TV privada
  Lengua vehicular

Por titularidad y oferta (en número y % de canales de TDT)

 Castellano

32 canales estatales	7 canales públicos 22%	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE)         Desconexiones en catalán				
	25 canales privados 78%	Atresmedia Televisión     neox nova MEGA A3S	Mediaset España     d. E. F. BOING BE MAD	NET Televisión   VEO Televisión DMAX GOL	13 Televisión  Real Madrid Televisión 	Grupo Secuoya  Radio Blanca DKISS

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña y webs corporativos de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual. Enero de 2017

La televisión de ámbito local

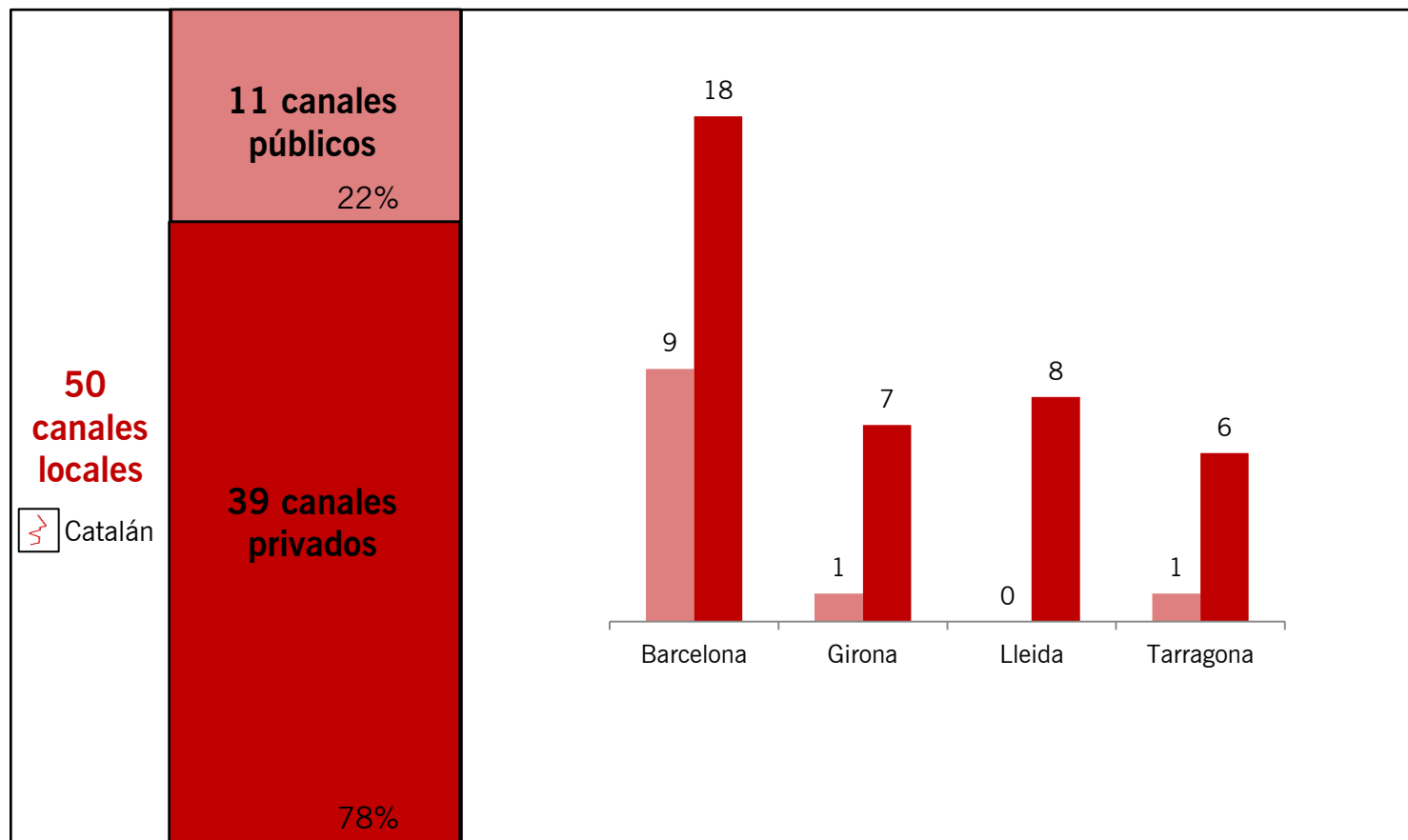
■ TV pública ■ TV privada ■ Lengua vehicular

Por titularidad y oferta

(en número y % de canales de TDT)

Por provincias

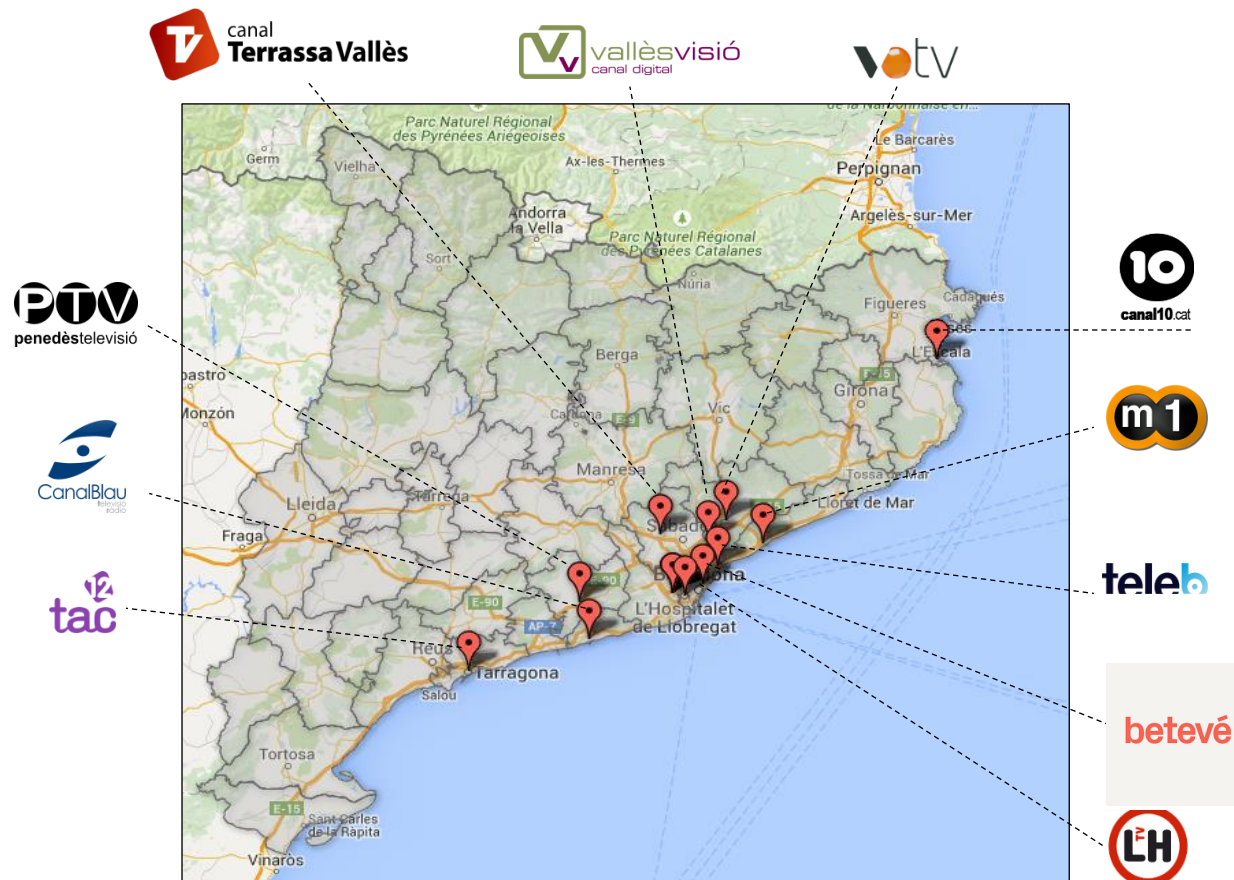
(en número de canales de TDT)



Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Enero de 2017

La televisión local pública

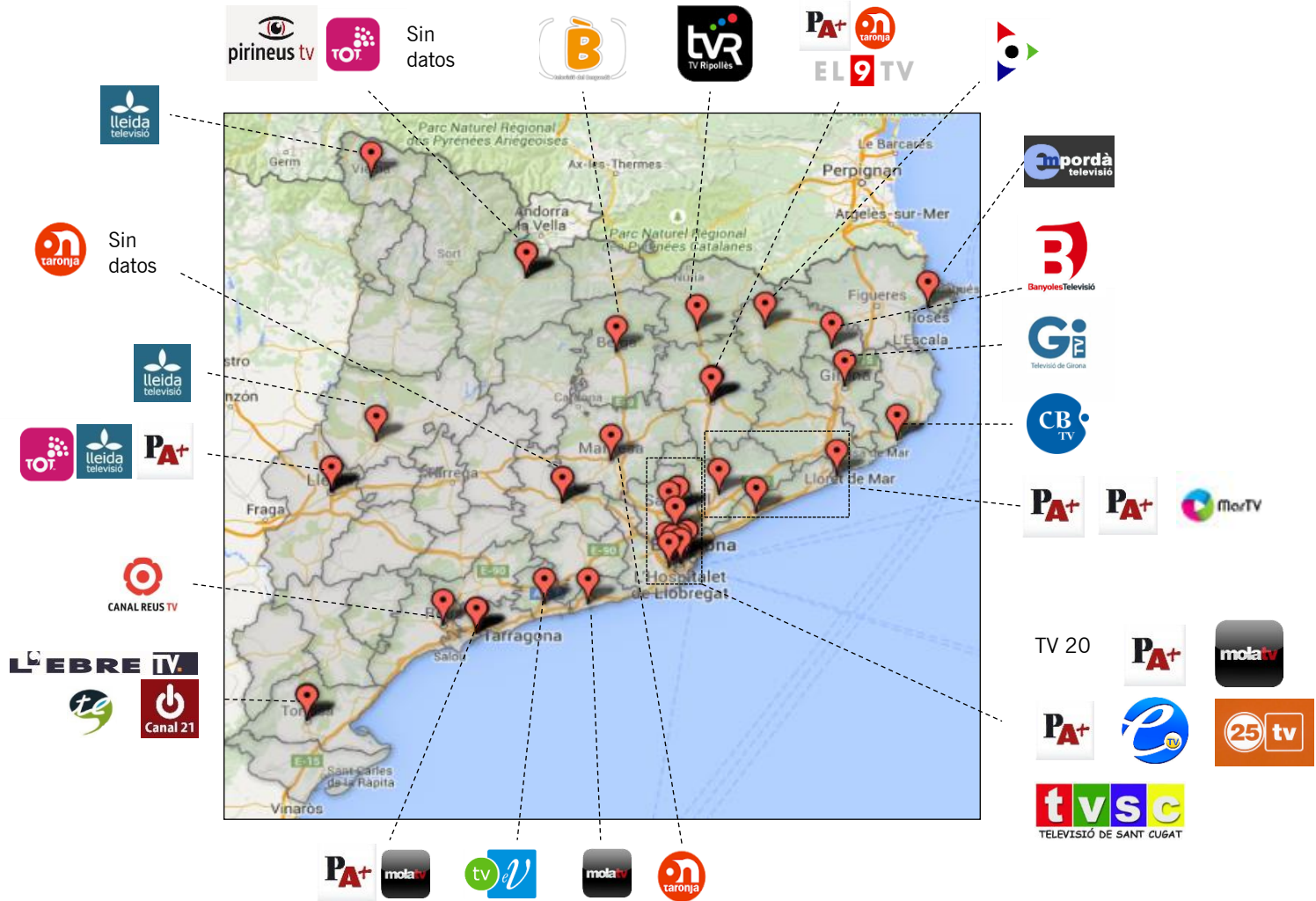
Oferta de las 11 televisiones públicas de ámbito local



Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Enero de 2017

La televisión local privada (1)

Oferta de las 39 televisiones privadas de ámbito local

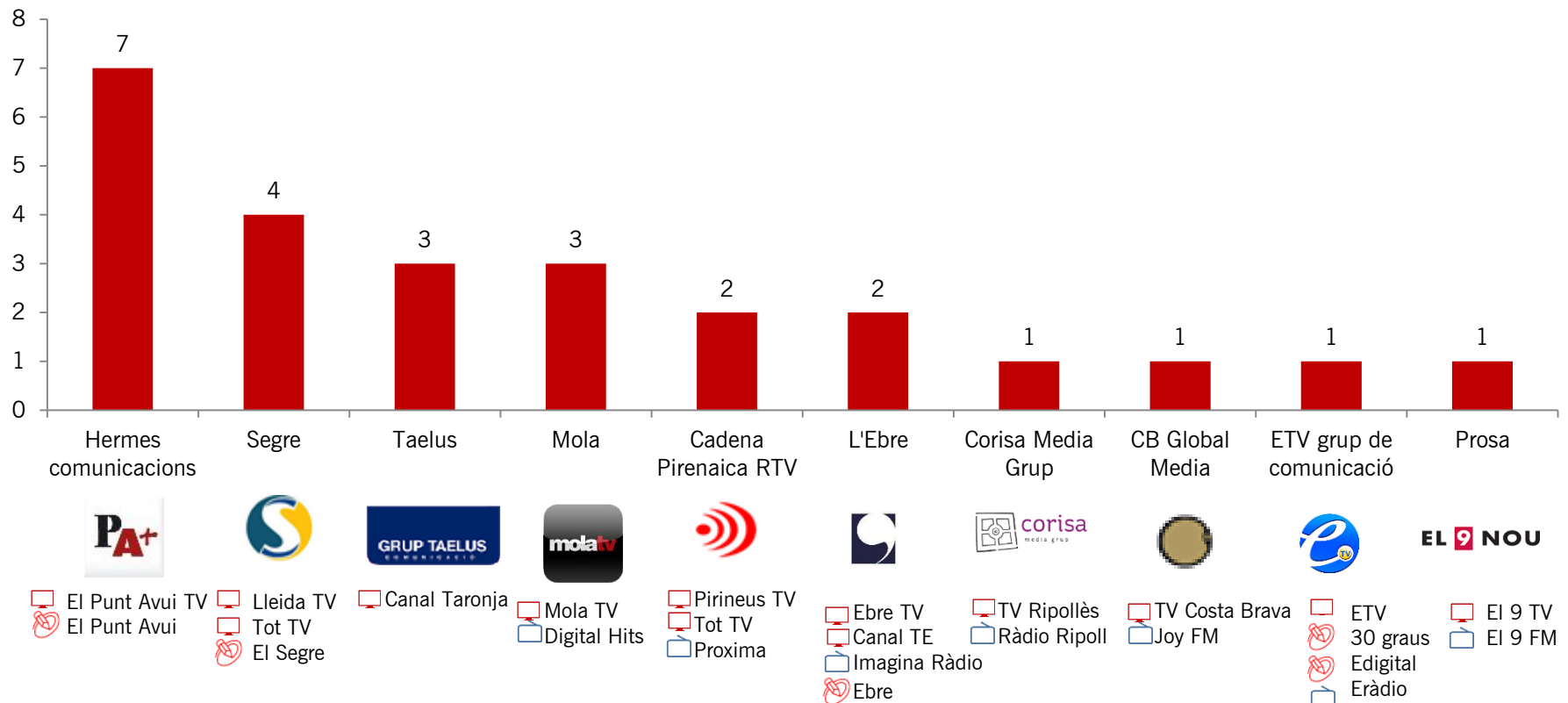


Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Enero de 2017

La televisión local privada (y 2)

 Canal TV
  Emisora radio
  Prensa

Grupos de comunicación local privados con presencia en el sector televisivo local

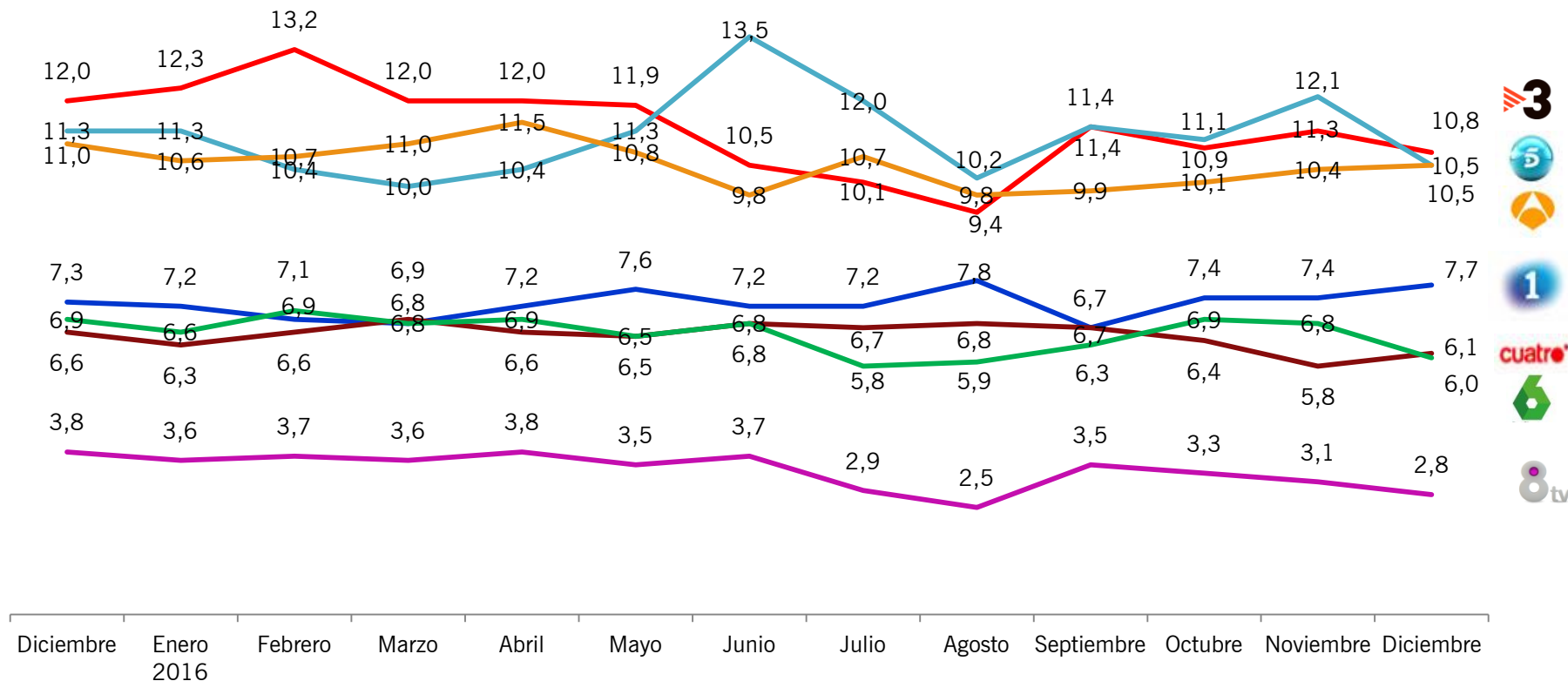


Fuente: Consejo del Audiovisual de Catalunya. Enero de 2017

Audiencia de la televisión (1)

Evolución mensual de la cuota de pantalla de los principales canales en Cataluña

(en %, de diciembre de 2015 a diciembre de 2016)

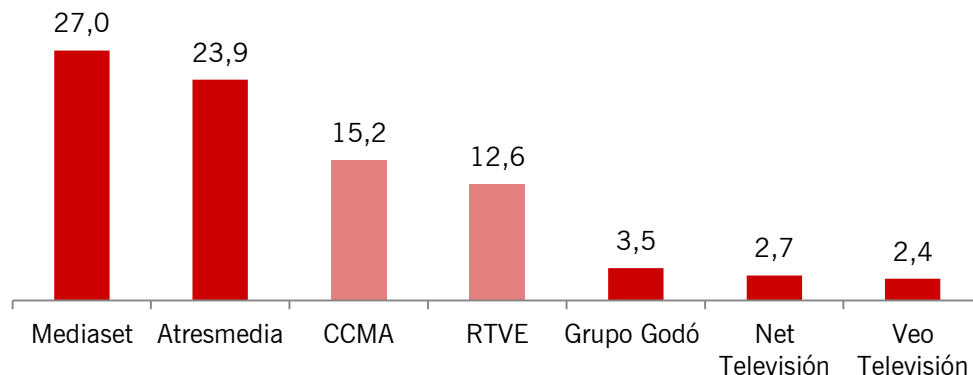


Nota: la cuota de pantalla o *share* es el porcentaje de individuos que miran una cadena determinada respecto al total de personas que ven la televisión en ese momento.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media.

Audiencia de la televisión (2)

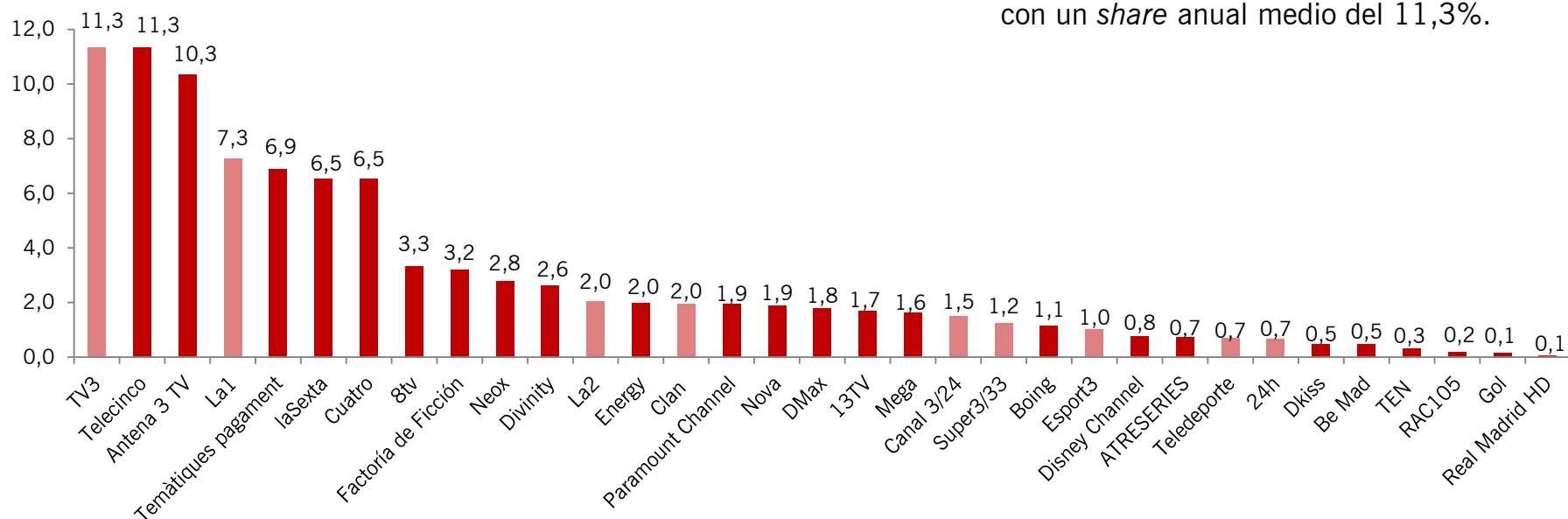
Cuota de pantalla en Cataluña (en % por grupos, media enero-diciembre 2016)



La tendencia de 2016 se mantiene sin variaciones en cuanto a los grupos mediáticos: la oferta privada de Mediaset y Atresmedia es la más consumida y atrae a más del 50% de la audiencia catalana. A distancia, se encuentran los dos prestadores públicos.

La oferta en catalán –formada por CCMA y Grupo Godó– capta una media del 18,7% de la audiencia durante el año.

Cuota de pantalla en Cataluña (en % por canales, media enero-diciembre 2016)



Por canales, TV3 y Telecinco lideran el ranking con un *share* anual medio del 11,3%.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media.

Audiencia de la televisión (y 3)

Cuota mensual de pantalla en Cataluña (en % por canales, enero-diciembre de 2016, en orden descendente según el ranking de diciembre)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
TV3	12,3	13,2	12,0	12,0	11,9	10,5	10,1	9,4	11,4	10,9	11,3	10,8
Telecinco	10,6	10,7	11,0	11,5	11,3	13,5	12,0	10,2	11,4	11,1	12,1	10,5
Antena 3 TV	11,3	10,4	10,0	10,4	10,8	9,8	10,7	9,8	9,9	10,1	10,4	10,5
La1	7,2	6,9	6,8	7,2	7,6	7,2	7,2	7,8	6,7	7,4	7,4	7,7
Temáticas de pago	6,8	7,1	7,5	7,7	7,1	6,3	6,2	6,4	6,6	7,0	6,6	7,4
Cuatro	6,3	6,6	6,9	6,6	6,5	6,8	6,7	6,8	6,7	6,4	5,8	6,1
laSexta	6,6	7,1	6,8	6,9	6,5	6,8	5,8	5,9	6,3	6,9	6,8	6,0
Factoría de Ficción	2,9	2,6	3,0	3,0	2,8	3,2	3,5	3,8	3,4	3,3	3,3	3,6
Neox	2,6	2,9	2,9	2,6	2,6	2,6	3,0	2,7	2,9	2,6	2,8	2,9
8tv	3,6	3,7	3,6	3,8	3,5	3,7	2,9	2,5	3,5	3,3	3,1	2,8
Divinity	2,5	2,6	2,7	2,7	2,6	2,5	2,4	3,0	2,8	2,6	2,6	2,4
Energy	1,7	1,7	1,8	1,7	1,7	1,9	2,0	2,3	2,1	2,2	2,2	2,4
Paramount Channel	2,0	2,0	2,0	1,7	1,8	1,7	2,0	2,1	2,0	1,9	1,9	2,2
Clan	1,6	1,8	1,9	2,0	2,0	2,3	2,2	2,0	1,8	1,9	2,0	1,9
La2	2,0	2,0	2,1	2,0	1,9	2,0	2,2	2,3	2,1	2,1	1,9	1,9
DMax	1,8	1,9	1,9	1,8	1,8	1,8	1,7	1,8	1,6	1,6	1,9	1,9
Nova	2,0	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	2,0	2,0	1,8	1,7	1,8	1,9
13TV	1,7	1,6	1,3	1,7	1,6	1,5	1,7	1,6	1,8	1,9	2,0	1,8
Mega	1,8	1,8	1,8	1,6	1,5	1,5	1,7	1,7	1,5	1,4	1,5	1,6
Boing	1,4	1,1	1,1	1,1	1,2	1,1	1,1	1,1	0,9	1,0	1,0	1,4
Canal 3/24	2,1	1,5	1,6	1,5	1,3	1,4	1,5	1,4	1,6	1,6	1,3	1,2
Super3/33	1,3	1,3	1,4	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
Disney Channel	0,9	0,9	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	1,0
Esport3	1,3	1,2	1,3	1,3	1,0	0,9	0,7	0,8	0,9	1,0	0,8	0,9
Atreseries	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,9	0,8	0,9	0,9	0,8
Dkiss					0,5	0,7	0,8	0,7	0,6	0,7	0,8	0,8
Be Mad				0,1	0,6	0,6	0,6	0,9	0,7	0,8	0,7	0,6
24h	0,6	0,7	0,7	0,6	0,6	0,7	0,8	0,7	0,6	0,7	0,7	0,6
TEN					0,3	0,3	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5
Teledporte	0,5	0,4	0,5	0,4	0,7	0,5	0,9	2,6	0,7	0,4	0,3	0,4
Gol							0,1	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4
RAC105	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Real Madrid HD							0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Fuente:
elaboración
propia a partir
de datos de
Kantar Media.

Audiencia de la televisión: los programas más vistos

Ranking de los programas más vistos en Cataluña

Septiembre de 2016

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
Futbol: Lliga de Campions / FC Barcelona – Celtic Glasgow	3	13/09/16	940	33,1
30 minuts / Una altra escola	3	18/09/16	611	19,9
Piromusical de la Mercè	3	25/09/16	594	18,0
Polònia	3	15/09/16	590	20,4
Merlí / Els presocràtics	3	19/09/16	577	22,5
TN cap de setmana vespre	3	11/09/16	567	21,0
Fora de sèrie / Andreu Buenafuente parla amb Carles Puigdemont	3	22/09/16	554	21,6
TN migdia	3	12/09/16	539	28,0
TN vespre	3	20/09/16	531	20,5
TN vespre	3	29/09/16	530	21,0

Noviembre de 2016

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
Futbol: Lliga Campions/ Manchester City – FC Barcelona	3	1/11/16	1.184	35,7
Merlí / Engels	3	21/11/16	578	22,3
TN cap de setmana vespre	3	13/11/16	577	20,4
Merlí / Zizek	3	28/11/16	562	20,2
TN vespre	3	9/11/16	556	20,7
TN migdia	3	2/11/16	552	31,0
TN vespre	3	29/11/16	549	19,6
TN migdia	3	23/11/16	548	27,8
TN migdia	3	21/11/16	546	27,1
Merlí / Freud	3	7/11/16	541	19,8

Octubre de 2016

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
TN vespre	3	12/10/16	700	23,3
Futbol clasificació Mundial / Italia-España	1	06/10/16	630	21,8
TN vespre	3	13/10/16	624	21,6
Futbol clasificació Mundial / Albania-España	1	09/10/16	604	20,9
Polònia	3	13/10/16	588	19,2
OT: El reencuentro	1	16/10/16	587	19,9
TN vespre	3	03/10/16	563	20,1
Merlí / Els estoics	3	03/10/16	559	21,3
Salvados / Pedro Sánchez	6	30/10/16	550	19,0
OT:El reencuentro en concierto	1	31/10/16	545	24,9

Diciembre de 2016

Programa	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota (%)
Futbol: Lliga Campions/ FC Barcelona-Mönchengladbach	3	06/12/16	834	27,1
Campanades Fi d'Any	3	31/12/16	701	31,8
Polònia	3	08/12/16	615	20,1
TN vespre	3	26/12/16	610	23,5
Merlí / Boeci	3	12/12/16	599	21,1
TN cap de setmana vespre	3	18/12/16	567	18,5
TN migdia	3	19/12/16	565	28,5
TN vespre	3	08/12/16	556	20,1
TN cap de setmana vespre	3	11/12/16	538	17,3
TN vespre	3	29/12/16	527	19,9

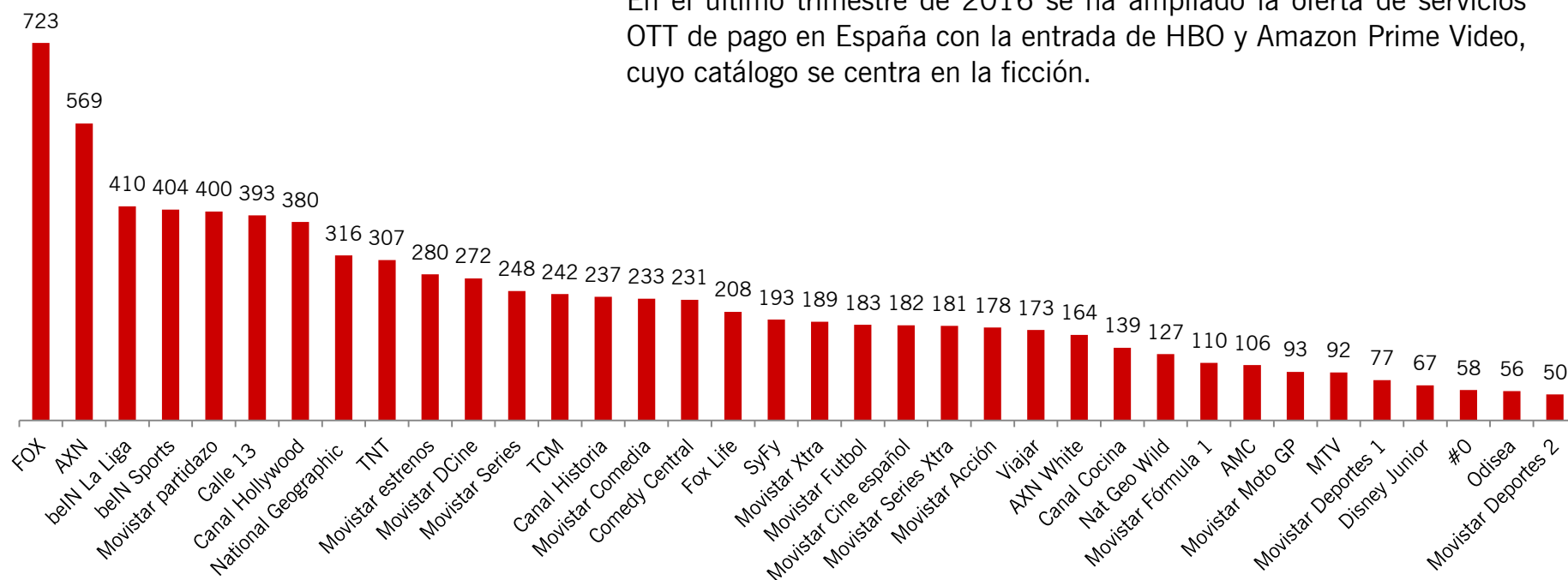
Nota: en el caso de las emisiones de fútbol sólo se considera el partido, no las previas ni los postpartidos.
Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media.

Audiencia de la televisión temática de pago

Audiencia acumulada de las cadenas temáticas de pago en Cataluña
(en miles, últimos 30 días)

La FOX sigue liderando las audiencias de la televisión de pago en Cataluña y aumenta la distancia con la segunda, AXN. Las siguen los canales deportivos de beIN y Movistar.

En el último trimestre de 2016 se ha ampliado la oferta de servicios OTT de pago en España con la entrada de HBO y Amazon Prime Video, cuyo catálogo se centra en la ficción.



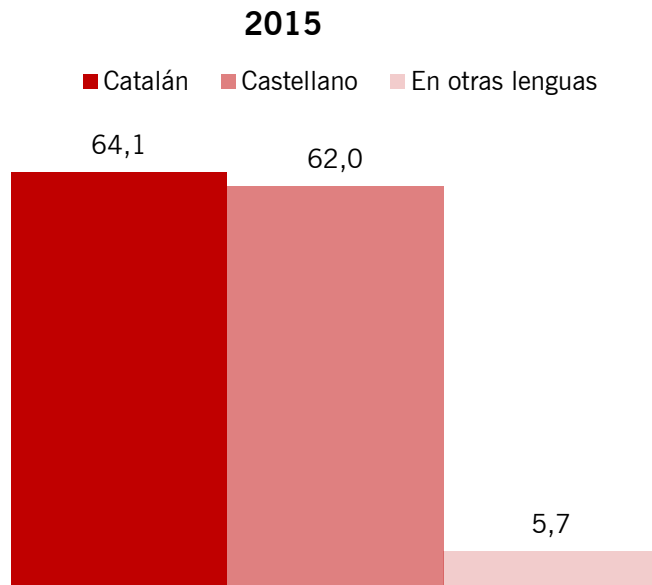
Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2016.

Lengua de la televisión

En cuanto a la lengua de consumo de televisión, el castellano se mantiene fuerte por delante del catalán, según los últimos datos de la Encuesta de participación cultural del Departamento de Cultura, correspondiente a 2015.

Lengua de consumo de televisión. Año 2015

(en %, pregunta de opción múltiple sobre el total de consumidores de cada medio)



De acuerdo con las respuestas dadas, casi la mitad de los telespectadores de Cataluña no consumen televisión en catalán, mientras que el 17,7% nunca mira televisión en castellano.

Fuente: Departamento de Cultura (2016). [Informe de política lingüística 2015](#). Con datos de la [Encuesta de participació cultural a Catalunya 2015](#), ponderadas por el lugar de nacimiento.

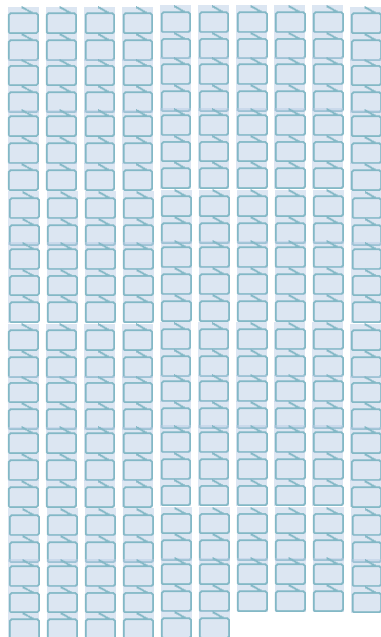


Distribución de frecuencias de radio en Cataluña

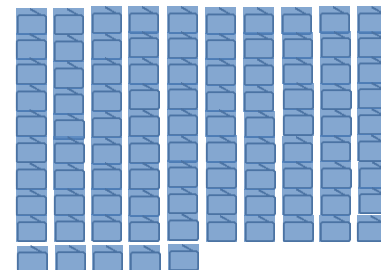
Oferta radio por zona de servicio

Radio nacional: 331 FM

236 públicas

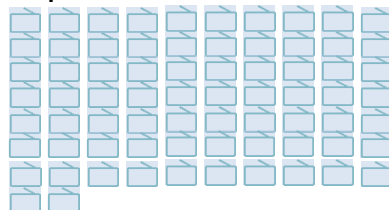


95 privadas

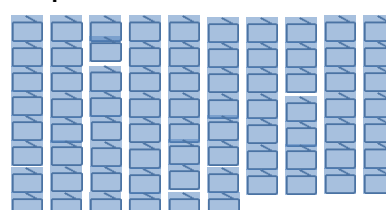


Radio estatal: 148 FM

72 públicas

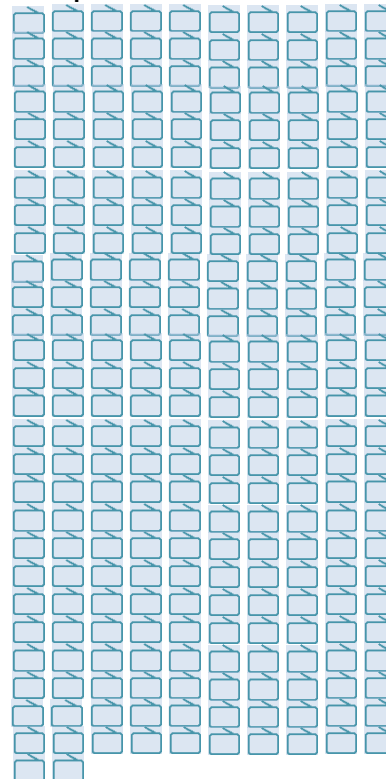


76 privadas



Radio local: 299 frecuencias

272 públicas



27 privadas



**778 frecuencias de radio
en FM**

Al contrario que en la televisión, en el sector radiofónico la oferta mayoritaria es pública, un 74%, frente al 26% de privada. El hogar catalán recibe más de 30 emisoras de FM (10 de ámbito nacional y 20 de estatal, además de las emisoras locales)

580 públicas

198 privadas

Nota: en el BIAC, se entiende por *emisora* el medio de comunicación que emite un producto radiofónico mediante una o más frecuencias.

Fuente: CAC (FM local), CCMA (FM nacional) y Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital (FM estatal). Enero de 2017.

La radio pública

 Lengua vehicular

Por zona de servicio
(en frecuencias)

Por oferta
(en emisoras)

580 frecuencias	72 FM estatales 12%	280 emisoras	5 emisoras estatales	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE)       Castellano (excepto Ràdio 4, en catalán)
	236 FM nacionales 41%		3 emisoras nacionales	Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA)     Catalán
	272 FM locales 47%		272 emisoras locales^A	Entes locales (ejemplos radios municipales)          Catalán

^A Incluye emisoras activas e inactivas.

Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña (FM locales), Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (FM nacional) y Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital (FM estatal). Enero de 2017.

La radio privada

 Lengua vehicular

Por zona de servicio
(en frecuencias)

Por oferta
(en número de emisoras)

198 frecuencias	27 FM locales 14%	41 emisoras	18 emisoras locales	Emisoras radio local ^A   Catalán
	76 FM cadena estatal 38%		15 emisoras estatales	PRISA       COPE    Planeta    Radio Blanca  Unidad Editorial   Castellano (excepto desconexiones)
	95 FM cadena nacional 48%		8 emisoras nacionales	Godó   Flaix   Tele Taxi   Estel  PRISA   Catalán

^A En el cuadro faltan las emisoras El 3 de vuit Ràdio, Radio Adventista y Capital Radio; y las del prestador Llegeix, Escriu, Escolta Català, SL (3 frecuencias).

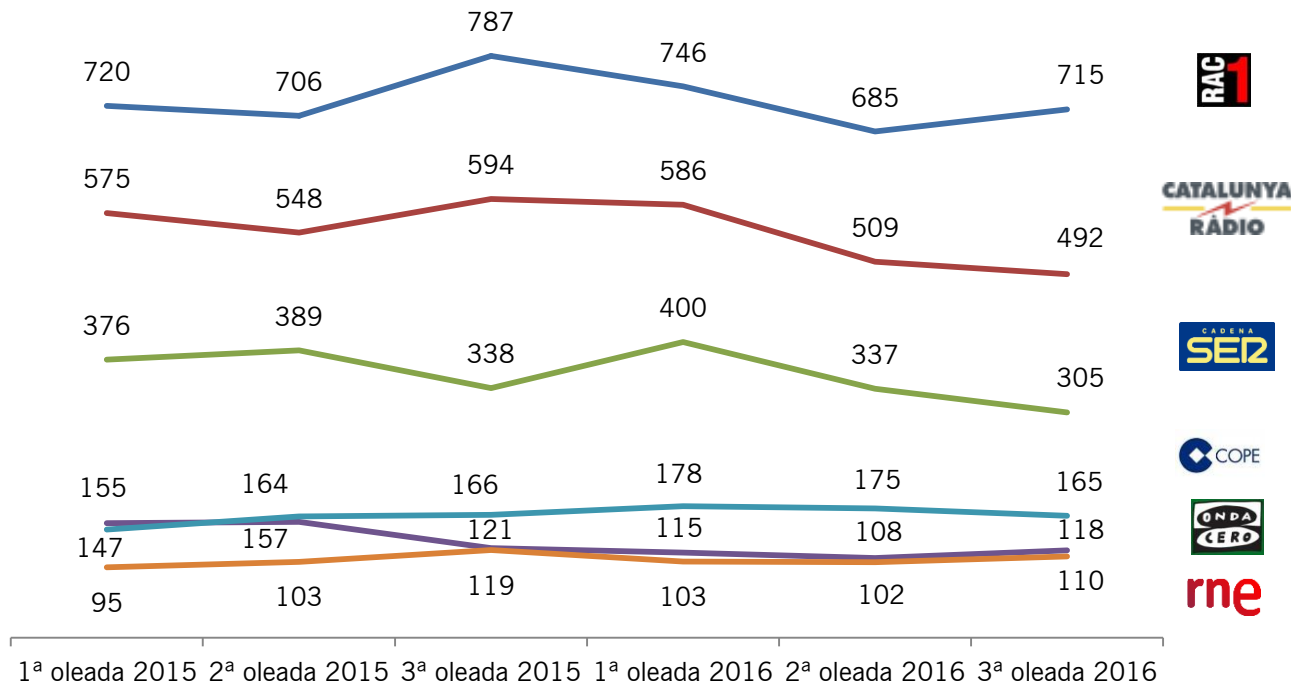
Fuente: Consejo del Audiovisual de Cataluña. Enero de 2017

Audiencia de la radio (1)

RAC1 es líder de audiencia en Cataluña y suma oyentes respecto a la última oleada del EGM. También lo hacen, en menor medida, Onda Cero y RNE. Todas las emisoras tienen menos seguidores que en la misma oleada del año anterior.

Ranking de las radios generalistas. Audiencia

(evolución de las últimas cinco oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a domingo)



Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2016.

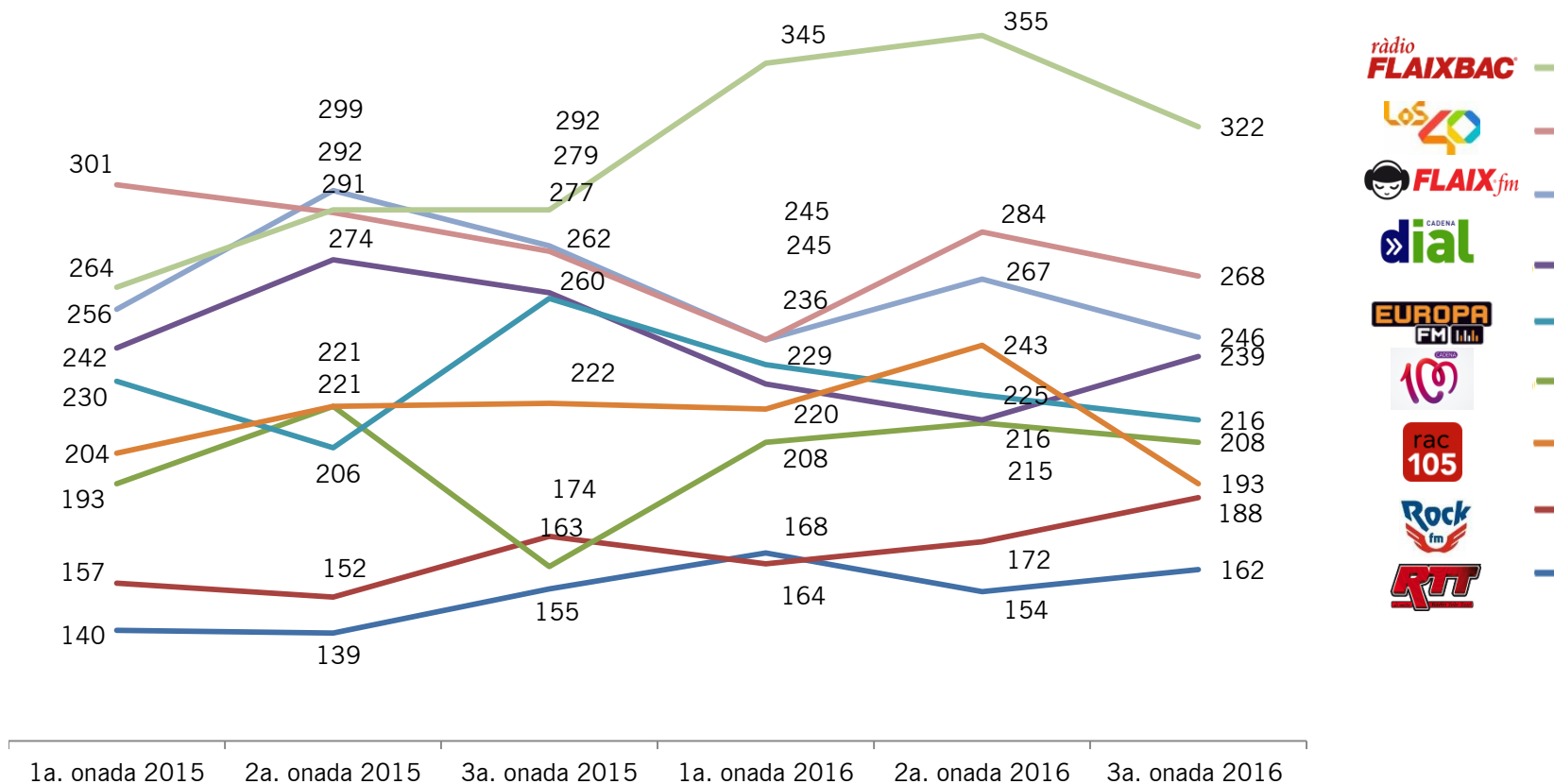
Audiencia de la radio (2)

Las radios musicales son las más escuchadas entre la población catalana, con una penetración de lunes a viernes del 35,1%. Las siguen las generalistas, con un 29,7%, y las informativas, con un 3,3%.

Flaixbac sigue encabezando las radios musicales, aunque pierde oyentes, como la mayoría de emisoras.

Ranking de las radios musicales. Audiencia

(evolución de las últimas seis oleadas, en miles, día anterior a la entrevista, de lunes a domingo)



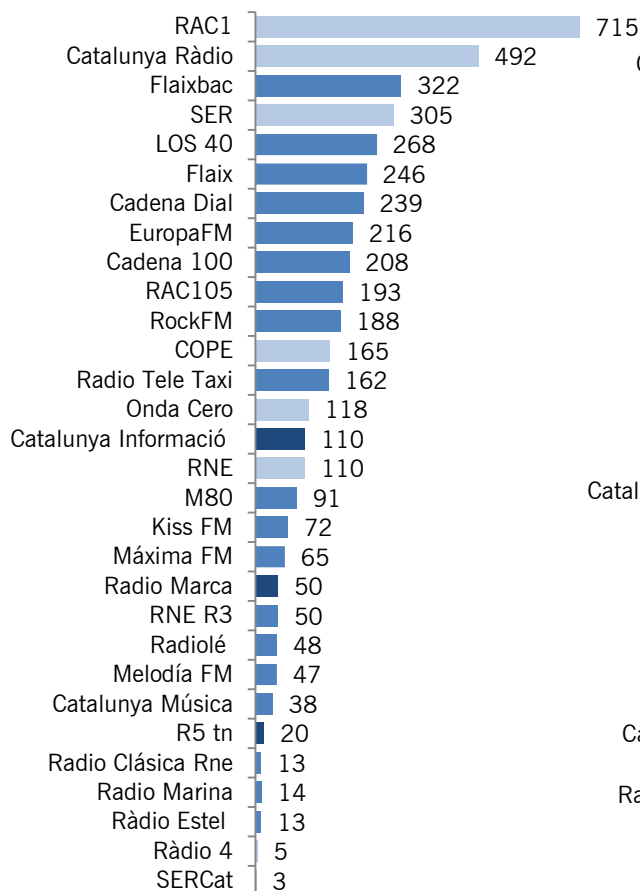
Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2016.

Audiencia de la radio (3)

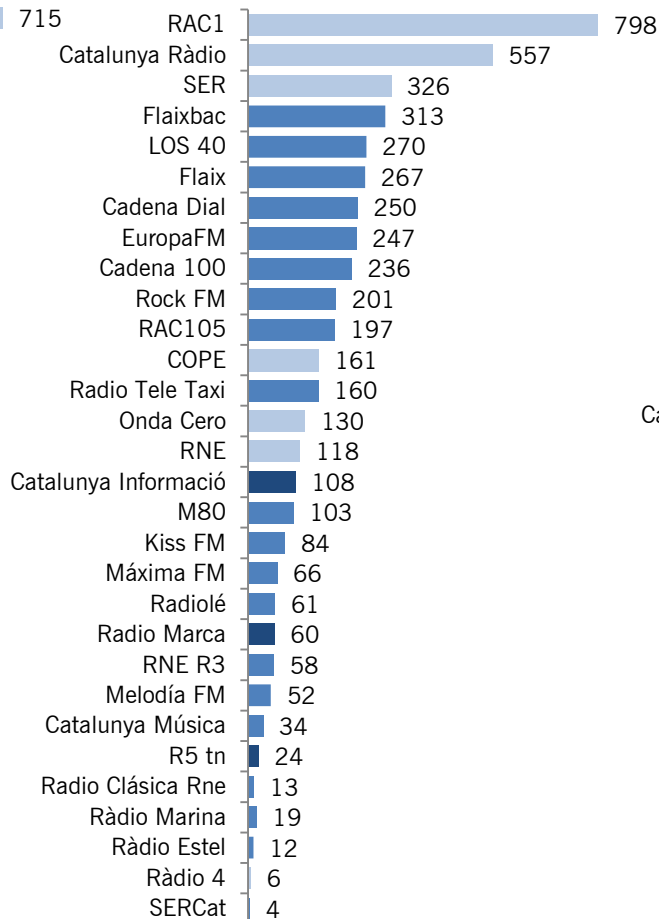
Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña

(en miles, sobre el total de la población, día anterior a la entrevista)

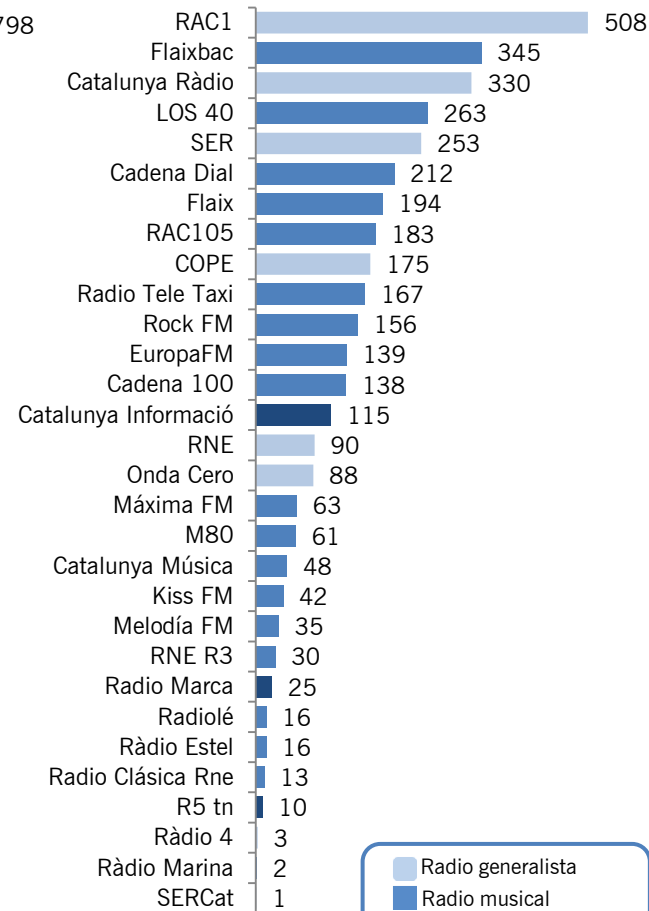
Lunes a domingo



Lunes a viernes



Sábado y domingo



Radio generalista
Radio musical
Radio informativa

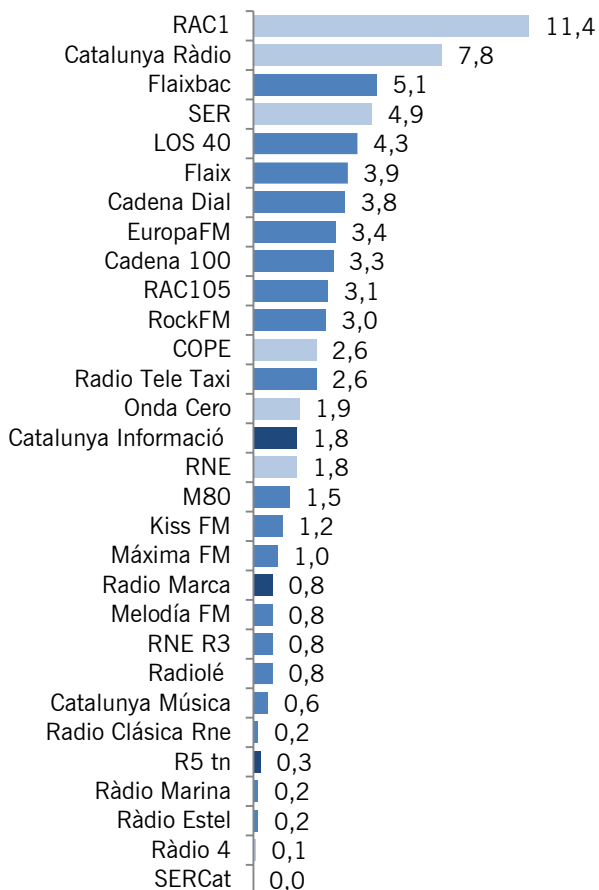
Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2016.

Audiencia de la radio (y 4)

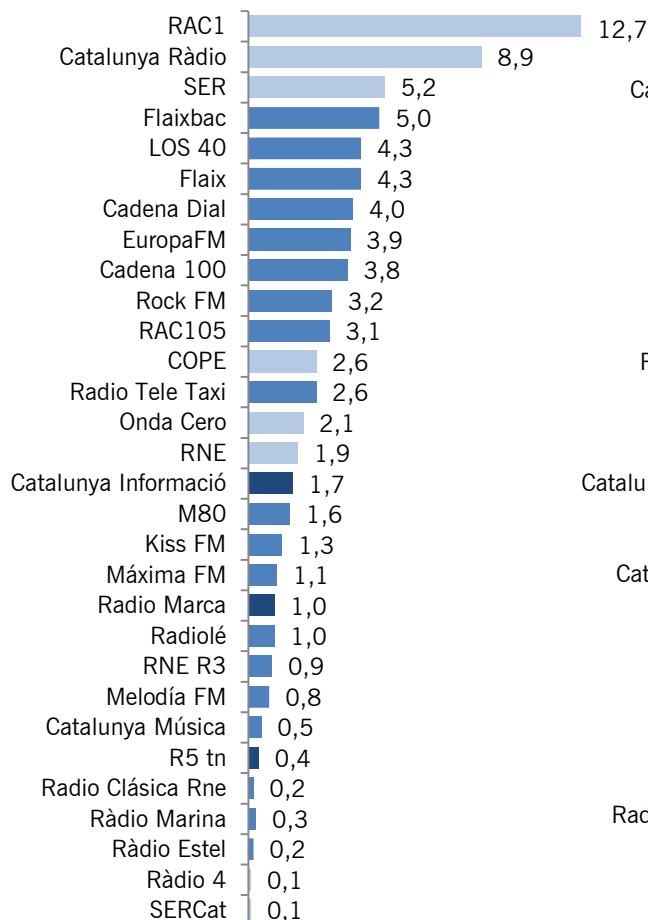
Audiencia acumulada diaria de radio en Cataluña

(en % sobre el total de población, día anterior a la entrevista)

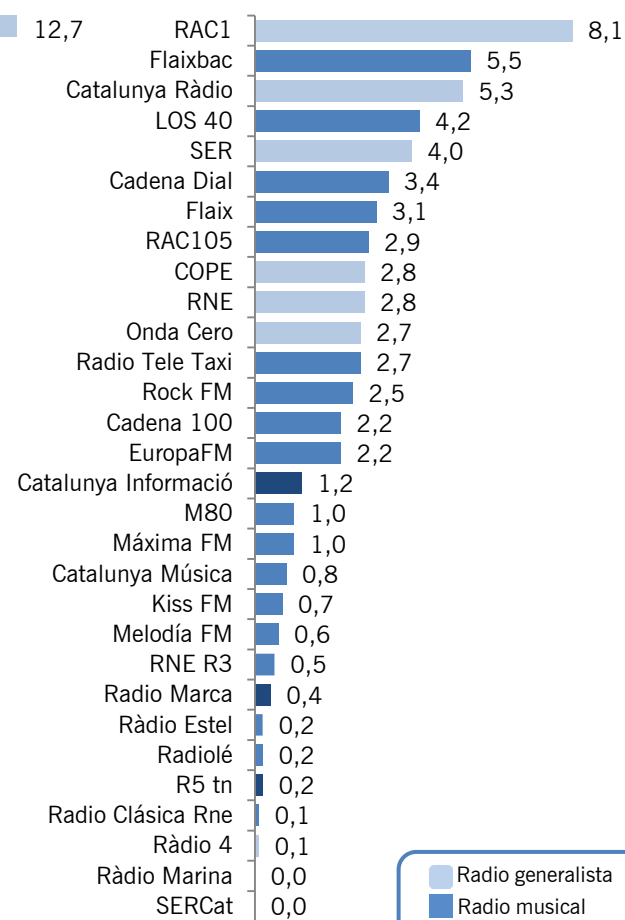
Lunes a domingo



Lunes a viernes



Sábado y domingo



Radio generalista
Radio musical
Radio informativa

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2016.

Audiencia de la radio por franjas

RAC1 se mantiene líder en las franjas de mañana y de tarde, seguido a distancia de Catalunya Ràdio y, más lejos, del resto de emisoras.

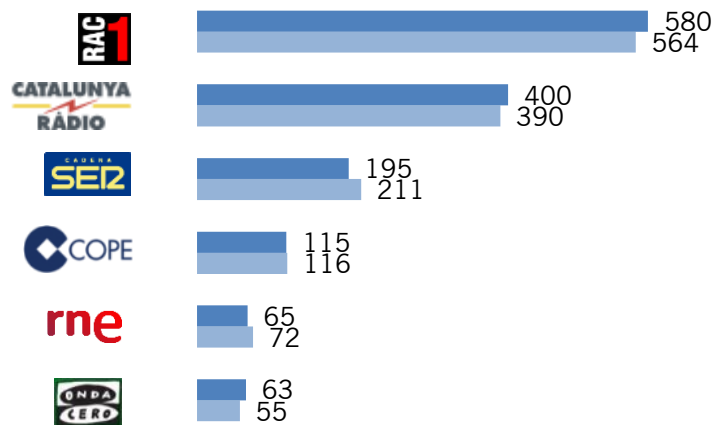
Respecto a la oleada anterior de EGM, los únicos espacios matinales que crecen en oyentes son los de RAC1, Catalunya Ràdio y Onda Cero. Destaca la pérdida de audiencia de RAC1 por la tarde.

Audiencia de la radio en la franja de mañana y de tarde de las principales cadenas generalistas en Cataluña

(en miles de oyentes, de lunes a viernes)

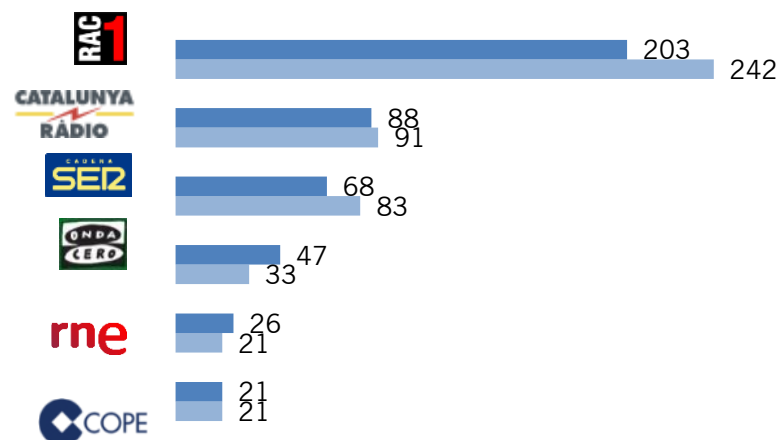
Mañana (de 6 a 12 h)

■ 3a. oleada 2016 ■ 2a. oleada 2016



Tarde (de 16 a 20 h)

■ 3a. oleada 2016 ■ 2a. oleada 2016



Nota: las franjas horarias establecidas por el EGM no coinciden con los horarios de los magazines de mañana y de tarde de las diferentes emisoras. Los programas matinales son de 6 h a 12 h en RNE, COPE, Catalunya Ràdio y RAC1; y de 6 h a 12.30 h en Onda Cero y la SER.

Los magazines de tarde de Onda Cero, Catalunya Ràdio y RAC1 se emiten de 16 a 19 h; los de la COPE y RNE, de 15 a 19 h, y los de la SER, de 16 a 20 h.

Fuente: EGM – Datos Cataluña – 3ª oleada de 2016.

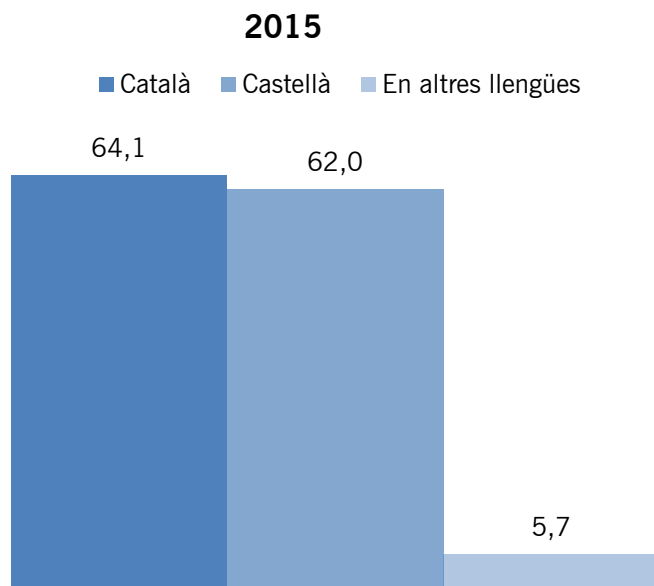
Lengua de la radio

Según los últimos datos publicados por el Departamento de Cultura (2015), hay un cierto equilibrio entre el consumo en Cataluña de la radio en catalán y en castellano.

La radio es el medio más seguido en catalán.

Lengua de consumo de radio. Año 2015

(en %, pregunta de opción múltiple sobre el total de consumidores de cada medio)



ràdio 4
rne

40 años de Ràdio 4

El 13 de diciembre de 1976 nació la primera radio pública en catalán, Ràdio 4.

La emisora celebró sus cuarenta años de historia con una [programación especial](#) y la emisión en La 2 de TVE del documental de Lurdes Cortès y Manuel Muñoz, *Radiografia de Ràdio 4*.

Fuente: Departamento de Cultura (2016). [Informe de política lingüística 2015](#). Con datos de la [Enquesta de participació cultural a Catalunya 2015](#), ponderadas por el lugar de nacimiento.



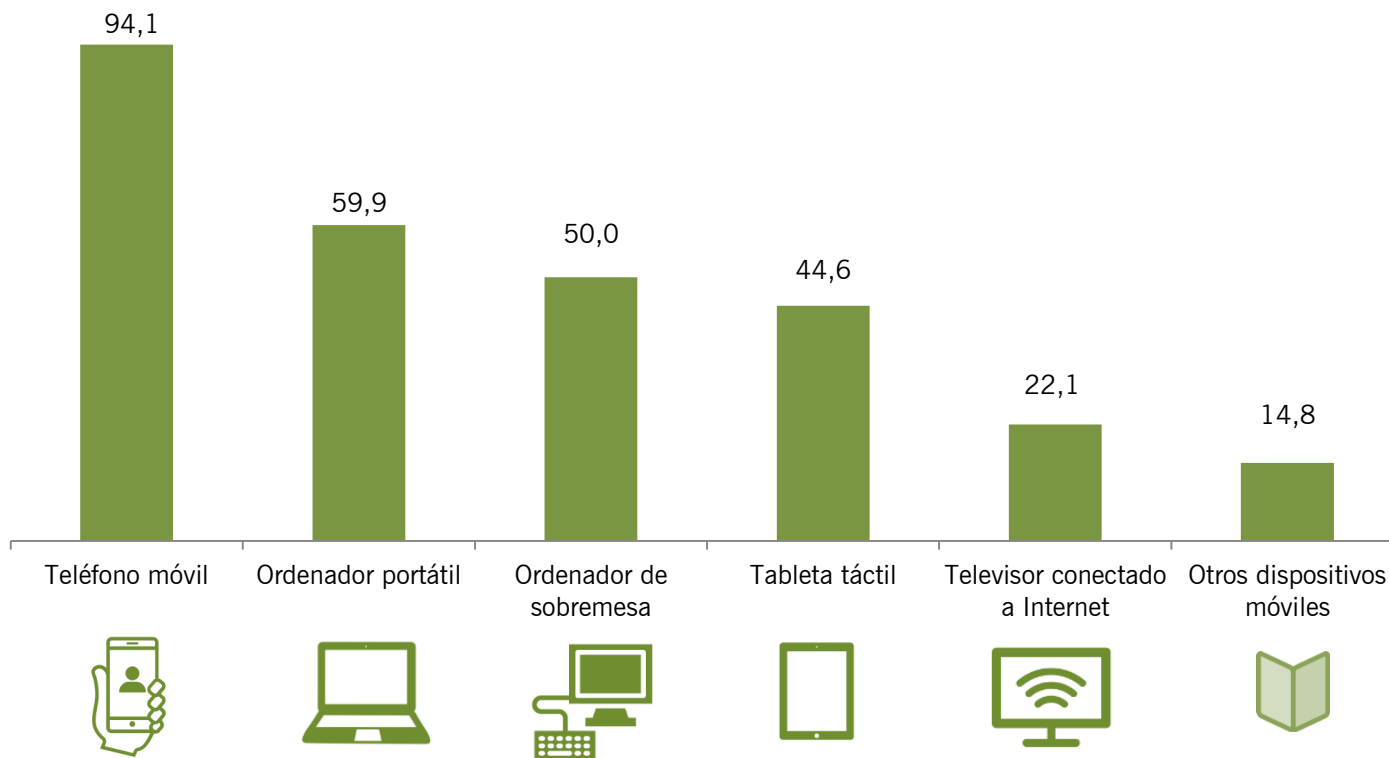
Internet

Penetración de Internet en Cataluña

El 82,8% de personas entre 16 y 74 años se ha conectado de forma habitual a Internet en los últimos tres meses. El dispositivo principal que se utiliza para conectarse es el teléfono móvil (94,1%).

Dispositivos utilizados para conectarse a Internet

(en %)



Nota: la opción *otros dispositivos móviles* incluye consola de juego, lector de libros electrónicos, reloj inteligente, etc.

Fuente: Idescat, a partir de datos del INE. [Enquesta sobre equipament i ús de TIC a les Il·lars 2016](#).

Consumo de contenidos audiovisuales en Internet (1)

Entretenimiento y creatividad a través de Internet

(en %, los últimos tres meses)



69,5

Mirar contenidos de vídeo de sitios para compartir, p. ej. YouTube.



55,0

Escuchar música de una radio emitida por internet o en *streaming*, p. ej. Spotify.



47,8

Mirar programas emitidos por Internet en directo o en diferido de canales de televisión.



43,4

Colgar contenidos propios (texto, fotos, música...) en una página web para ser compartidos.



33,7

Jugar o descargar juegos.



32,5

Mirar películas o vídeos bajo demanda de empresas comerciales.



8,2

Crear páginas web o blogs.

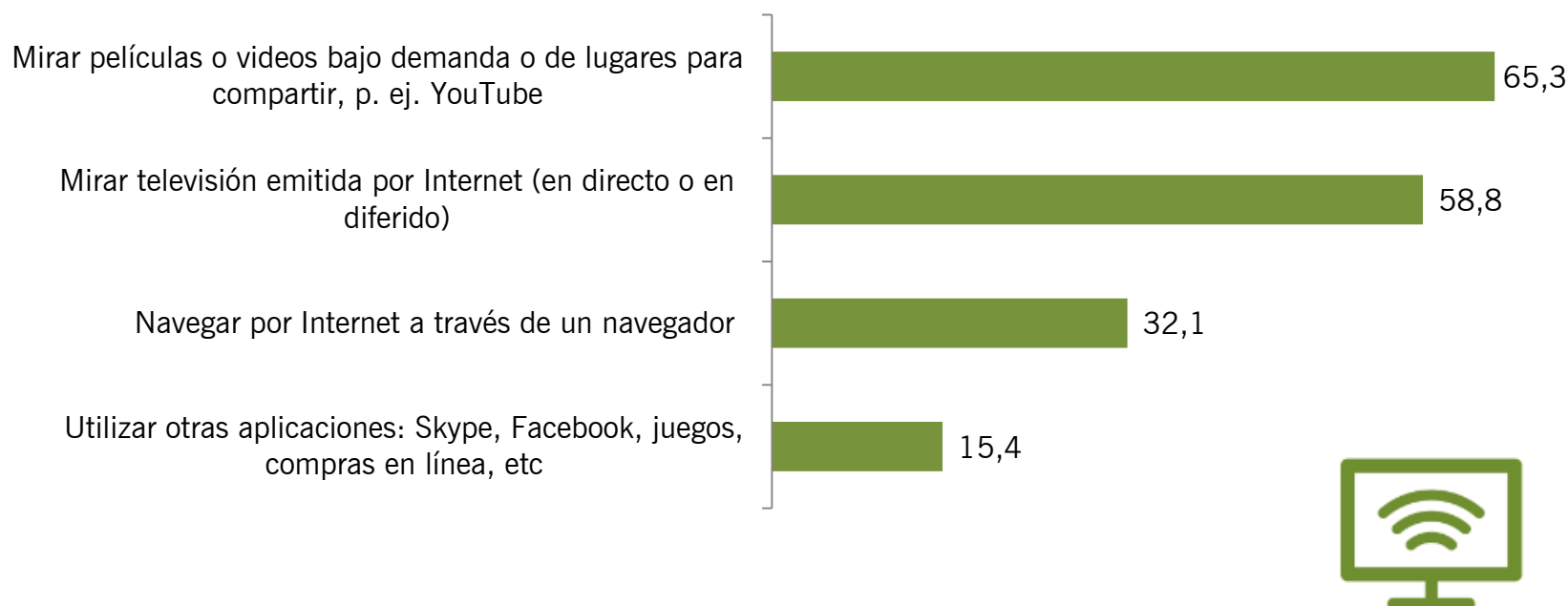
Fuente: Idescat, a partir de datos del INE. [Enquesta sobre equipament i ús de TIC a les Ilars 2016](#).

Consumo de contenidos audiovisuales en Internet (y 2)

El 22,1% de la población catalana tiene un televisor conectado a internet o *smart TV*, y la mayoría lo utilizan para mirar contenidos bajo demanda.

Actividades realizadas con un televisor inteligente

(en %)



Fuente: Idescat, a partir de datos del INE. [Enquesta sobre equipament i ús de TIC a les Illes 2016](#).



El apunte.

La producción de ficción audiovisual

Coste de las series de ficción

Coste por capítulo

***Juego de tronos* (EUA, 2016) 10 M€**

***Marseille* (Francia, 2014) 1 M€**

***Borgen* (Dinamarca, 2013) 600 K€**

***Merlí* (Cataluña, 2016) 185 K€**

Fuente: CAC. [*Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya*](#).

El 10 de febrero de 2016, la CCMA aprobó la “[Norma reguladora del procedimiento de selección y contratación de contenidos audiovisuales para los medios de comunicación de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales](#)”.

En el anexo 1 se establecen los criterios de contratación.

En cuanto a ficción, se establecen las siguientes categorías:

- “Ficción seriada de gran formato” (coste orientativo máximo: 4.000 €/minuto)
- “Ficción de situación / gags / docuficción” (coste orientativo máximo: 2.700 €/minuto).

Ayudas al audiovisual de Cataluña (1)

ORGANISMO	CONCEPTO Y DESGLOSE APROXIMADO AÑO 2015	TOTAL AÑO 2015	TOTAL AÑO 2014
Instituto Catalán de las Empresas Culturales (ICEC). Departamento de Cultura	Producción y explotación 14,7 M€ Difusión y promoción 1,8 M€ Desarrollo 0,5 M€ Formación 178 K€ Infraestructuras 167 K€	17.348.690 €	6.858.691
Departamento de la Presidencia	Prensa en papel 4 M€ Prensa digital 1,7 M€ Radio 563 K€ Televisión 550 K€	6.333.914 €	6.435.457
Instituto Catalán de Finanzas (ICF)	Líneas departamentos ICEC 1,5 M€ Producción 30 K€	1.530 €	1600 €
CCMA	Cinema 2,5 M€ Telefilms 1,7 M€ Películas y animación 1,0 M€	5.081.889 €	5.194.778 €
Instituto Ramon Llull	Subtitulación	200.000 €	-

Fuente: CAC, [Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2015](#).

El ICEC aumenta las ayudas a la producción audiovisual en Cataluña en casi un 140% de 2014 a 2015.

Actualmente, el ICEC está trabajando en el desarrollo del Plan Estratégico del Audiovisual 2017-2020, con el objetivo de situar al audiovisual catalán como referente de calidad europea.

Ayudas al audiovisual de Cataluña (y 2)

ORGANISMO	CONCEPTO	AÑO 2014	AÑO 2015
Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA). Ministerio de Educación, Cultura y Deporte	Amortización largometrajes	53.467.011 €	33.590.367 €
	Producción largometrajes sobre proyecto	3.999.321 €	4.747.277 €
	Distribución largometrajes y cortometrajes españoles, europeos e iberoamericanos	4.800.900 €	2.500.000 €
	Minoración de intereses – producción cinematográfica	577.820 €	410.300 €
	Organización de festivales	710.000 €	715.000 €
	Producción de cortometrajes sobre proyecto	399.983 €	449.207 €
	Cortometrajes realizados	323.786 €	197.842 €
	Conservación del patrimonio	121.047 €	67.431 €
	Participación en festivales	294.201 €	233.005 €
	Minoración de intereses – digitalización salas exhibición	11.200 €	-
	TOTAL ICAA	64.705.269 €	42.910.429 €
Subprograma MEDIA. Comisión Europea	Desarrollo	677.700 €	309.554 €
	Difusión por televisión	-	90.088 €
	Distribución	944.849 €	1.026.007 €
	Nuevas tecnologías	423.902 €	400.000 €
	Promoción y acceso a los mercados	126.000 €	126.000 €
	Festivales	25.000 €	25.000 €
TOTAL MEDIA CAT.		2.197.451 €	1.976.649 €

Fuente: CAC, [Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2015](#).

Las ayudas del Estado español a la producción audiovisual en Cataluña se han reducido un tercio del 2014 al 2015.



Flashes

Flashses



Resúmenes de los partidos de fútbol

Mediapro y la CCMA llegaron en septiembre a un acuerdo para que, en los próximos tres años, la Corporación tenga los derechos de emisión de los resúmenes de los partidos de la Liga de fútbol de primera y de segunda división, así como de la Copa del Rey.



Código abierto para visualizar subtítulos

La CCMA ha liberado el código utilizado para la visualización de los subtítulos en el servicio TV3alacarta para HbbTV, dentro del proyecto cofinanciado por la UE Hbb4All. El código se abre a los profesionales que quieran desarrollar la subtitulación y la información puede encontrarse en el portal específico para desarrolladores de televisión híbrida, el [HbbTV-developer](#).



Asamblea de la PRAI

En octubre se celebró en Santiago de Chile el congreso de la Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica (PRAI). La PRAI está integrada por doce autoridades de Latinoamérica y de la Península Ibérica. Esta edición ha tratado sobre los desafíos de la convergencia, la regulación, la legislación y las audiencias, y se ha hecho el traspaso de presidencia de Colombia a Chile.



Plenario de la Red de Autoridades Reguladoras del Mediterráneo (RIRM)

Barcelona acogió el 18º Plenario de la [RIRM](#) en el que se presentaron resultados de los grupos de trabajo sobre protección de los menores de edad, salud mental y estereotipos de género en la publicidad, entre otras temáticas.

Durante la reunión, los miembros de la Red adoptaron la [Declaración sobre el tratamiento informativo de las personas refugiadas e inmigrantes](#).



El estado de la lengua

La consejería de Cultura de la Generalidad de Cataluña presentó en noviembre el [Informe de Política Lingüística 2015](#). En cuanto al apartado de la lengua en los medios de comunicación audiovisuales, destaca la radio como el medio con más consumo en catalán (64,1%). Por el contrario, el consumo de televisión en catalán ha disminuido. La lengua catalana es mayoritaria entre los sitios más consultados.



Pluralismo en los medios y democracia – Eurobarómetro

El Eurobarómetro europeo publicó en noviembre una [encuesta](#) especial sobre pluralismo y medios. El estudio concluye que, en general, la ciudadanía europea considera que los medios ofrecen diversidad de puntos de vista y de opiniones, pero los consideran menos independientes que cinco años atrás. El estudio facilita datos y gráficos por [Estado](#).

Flashses



Recomendaciones para tratar el terrorismo en los medios

Con la voluntad de que sean una herramienta útil para los profesionales de los medios, el CAC y el Colegio de Periodistas de Cataluña publicaron en noviembre las [Recomendaciones sobre la cobertura informativa de actos terroristas](#). Las recomendaciones se dividen en cinco apartados: terroristas, derechos de las víctimas, derechos de la audiencia, periodistas y autoridades.



Premios Nacionales de Comunicación

En su XVI edición, los galardonados de los Premios Nacionales de Comunicación han sido: BTV, por su información de proximidad y calidad; el Club Super3, por sus 25 años de programación infantil de entretenimiento pedagógico, y el programa despertador de Radio Flaixbac *El matí i la mare que el va parir*, por sumar audiencias juveniles a la radio.



Recomendaciones CAC y Departamento de Salud

Como resultado del convenio de colaboración entre el CAC y el Departamento de Salud, en septiembre y en noviembre se presentaron dos textos: las [Recomendaciones a los medios audiovisuales sobre el tratamiento informativo de la muerte por suicidio](#) y la [Guía para los medios audiovisuales de aspectos sanitarios relacionados con la seguridad de los pacientes](#).

Ambos textos se añaden a las recomendaciones que elaboraron los dos organismos en 2015: sobre el tratamiento de la anorexia y la bulimia nerviosas, y sobre salud mental.



Segundo Pitching Audiovisual

El Clúster Audiovisual de Cataluña organizó por segunda vez el Pitching Audiovisual. Más de 70 empresas y 15 universidades participaron el 1 y 2 de diciembre en este punto de encuentro que pretende impulsar la cooperación entre la industria audiovisual y el mundo universitario.



Presentación del Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya

El 23 de enero el CAC entregó al Parlamento de Cataluña el [Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya](#), un documento que incluye un diagnóstico del sector y una propuesta de plan de actuación estratégica para favorecer el desarrollo y la sostenibilidad del audiovisual catalán en el futuro.



Nuevo Código deontológico para los periodistas

El VI Congreso de Periodistas catalanes celebrado en noviembre en Barcelona aprobó un nuevo [Código deontológico](#) a partir de la revisión del de 1992 y ante la importante transformación que ha vivido la profesión en los últimos años con el desarrollo de Internet.

BIAC. Nº 6 – Tercer cuatrimestre de 2016

Fuentes principales:

- CAC: datos propios del Consejo.
- Kantar Media: Ámbito Cataluña. Datos obtenidos por audímetro relativas a individuos mayores de 4 años.
- EGM: datos de la 3ª oleada de 2016. Periodo octubre-noviembre de 2016. Ámbito Cataluña.
- Instituto de Estadística de Cataluña (Idescat): *Enquesta sobre equipament i ús de les TIC a les llars*. Año 2016, con datos del INE.

Citación bibliográfica:

CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA. *Boletín de información sobre el audiovisual en Cataluña* (BIAC). Nº 6. Tercer cuatrimestre de 2016. Barcelona: CAC, Enero de 2017. <www.cac.cat>